

الإجابة النموذجية: مادة مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، المجموعة 2.

الجواب الأول: أسس وسمات نظرية غوبلز في الدعاية واستهداف الخصوم

يعتبر يوزف جوبلز (وزير الدعاية النازي) ورفيقه أدolf هتلر حتى الدفائق الأخيرة من حياته، حيث كان إحدى الأساطير في مجال الحرب النفسية، وهو أحد أبرز من وظفوا واستثمرموا وسائل الإعلام في هذه الحرب وهو صاحب شعار شهير يقول: «اكذب حتى يصدقك الناس»، غير أنه كان صاحب الكذب الممنهج والمبرمج الذي يعتمد الترويج لمنهج النازية وتطلعاتها، ويهدف لتحطيم الخصوم من الجانب الآخر وقد أكدت ظاهرة جوبلز هذه أن الذي يملك وسائل الإعلام يملك القول الفصل في الحروب الباردة والساخنة.

يقول أدolf هتلر في كتابه (كافاهي) الدعاية: "فن التأثير بخيال الجماهير التي تسيطر عليها الغريزة حيث تجد بعد أن تتخذ شكلاً نفسياً (سيكونوجيا) ملائماً الطريق إلى قلبها، فوجب إخضاع جميع البرامج المدرسية والتوجيهية لخدمة الدولة".

نظرية غوبلز: نظرية غوبلز في السيطرة على العقول وفق نظرية التأثير (Framing Theory) والتي أصبحت وسيلة مهمة في تمرير السياسات فيما بعد. وتعريف النظرية بكلّ وضوح، أن يعمد سارد القصة إلى إبراز جوانب من القصة أو الحدث والتركيز عليها.. وإغفال أو تجاهل أو طمس أجزاء أخرى؛ حسب هوى المتحدث وميوله بالنسبة للأشخاص، وحسب مواقفها لسلم الأولويات في الفتاة الإعلامية.

إليك هذا المثال: عندما تزور صديقاً لك في بيته ويسألك: تشرب شاي أو قهوة؟ فإنه يستحيل أن يخطر ببالك أن تطلب عصيراً مثلاً... هذه الوضعية تسمى: أسلوب التأثير، أي جعل عقلك ينحصر في اختيارات محددة فرضت عليك لا إرادياً ومنعت عقلك من البحث عن جميع الاختيارات المتاحة... بعضنا يمارس ذلك بدون إدراك... وبعضنا يفعله بهندسة ذكاء... والقوة الحقيقة عندما نمارس هذا الأسلوب بقصد، أي عندما أجعلك تختار ما أريد أنا بدون أن تشعر أنت.

بقي القول: إنَّ نظرية التأثير هي "وضع الأحداث والأشخاص في إطار معين، بحيث يجعل المُتلقّي يحكم على القضية؛ حسب ما هو متوفّر عنده من معلومات حولها.. والمعلومات بالتالي التي تصله؛ تقوده إلى اتخاذ أحكام؛ وفق ما تصنّعه نظرية التأثير، وأجندة المعلومات التي ترسلها..!".

مبادئ الدعاية النازية: ابتدعت النازية عدة أساليب دعائية جديدة في الفترة التي ظهرت بها، حيث استخدم جوبلز الملصقات الدعائية والأفلام الوثائقية من أجل المزيد من السيطرة على عقليات الشعب الألماني الذي أصبح يرى في النازية ملخصاً، وقامت الدعاية النازية على مجموعة من الدعائم منها ما يلي:

1. التركيز على الجانب اللاعقلاني في الدعاية: الدعاية ضمن هذا المبدأ تقوم بإحداث تحويلات الاندفاعات الطبيعية للفرد وتوجيهها صوب مواضيع محضرة سلفاً (التفوق الثقافي والعرقي герماني).
2. إشاعة الفوضى لدى العدو: وذلك من خلال التعامل مع الأقليات الموتورة والزعماء الطموحين والفاشيين وذوي العصبيات والميول الإجرامية، نتباهى كما يقول جوبلز وزير الدعاية في عهد هتلر، ونحتضن أهدافهم ونهول مظالمهم ونهيج أحاسيسهم بمزيج من الدعاية والشائعات مثيرين الغنى على الفقر والرأسمال على

البرولتاري ودافع الضرائب على فارضها والجيل الجديد على القديم وبذلك حقق درجة عالية من الفوضى يمكن معها التلاعب بمقدرات العواطف وفق ما نشاء.

3. استخدام الأخبار بطريقة منهجية: كوسيلة لتوجيه الأفكار، ولذلك كانت الأخبار المهمة تحمل بدلة معينة وتعاباً بشحنة دعائية.

4. اتخاذ التكرار كأسلوب: كانت النقطة الأساسية التي تتطرق منها دعاية غوبلز هو اعتماد مبدأ (التكرار) في بث التوجهات الدعائية والأخبار والتقارير والتعليمات التي يراد إيصالها إلى شعبه أو توجيئها إلى الرأي العام في داخل دول الحلفاء في حربهم ضده، وبعد (التكرار) مبدأ أساسياً في إيصال الأفكار والعقائد وما يراد إيصاله من تعليمات ومصامين دعائية إلى الجمهور والأتباع.

5. الارتكاز إلى عقيدة أساسية: وضع هتلر عقيدته وعمل على نشرها بكل وسائل الدعاية ويقول أن أية عقيدة أو فكرة لن يكتب لها النجاح ما لم تعتقها أكثرية الشعب وتبني استعدادها للنضال من أجلها وقد نجح في تحقيق هذا الهدف من خلال خطة دعائية طويلة المدى.

6. الاهتمام بمخاطبة الجمهور: فالدعاية كما يقول هتلر "تهدف إلى لفت نظر الجمهور إلى وقائع وأحداث لا إلى توير الشعب على أساس علمي، لذلك وجب التوجيه إلى قلوب أبناء الشعب لا عقوله فالدعاية التي توجه إلى قلب الجمهور وحواسه قبل عقله هي التي تكون أشد تأثيراً فيه شريطة ~~الاعتماد على التضليل~~ وقلب الحقائق.



الجواب الثاني: شرح نظريات الإعلام مع تحديد الفروقات بينها.

نظريّة السلطة: ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد على نظريات أفلاطون ومكيافيلي، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة، وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص على إصدار المجلات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة ، ويوجب هذه النظرية وبغض النظر عن نمط الملكية الإعلامية، سواء كانت ملكية عامة أو خاصة، فإن للدولة وسائلها لبسط سيطرتها على وسائل الإعلام ومارسة سلطتها في فرض القيود التشريعية على نظم الترخيص والبث والنشر وفرض الرقابة السابقة واللاحقة، والضرائب والأموال السرية وحق السلطة في تنظيم المهن الإعلامية وممارسة الأفراد لها، كي تضمن السلطة في النهاية ولاء الوسائل الإعلامية المطلقة لها، مثلاً تضمن كذلك الحد من حرية تلك الوسائل في التعبير عن الرأي العام أو في مناقشة قرارات السلطة وممارساتها.

نظريّة الحرية "الليبرالية": تعتمد هذه النظرية قيم الحرية ومفاهيمها في شتى المجالات، واستبعاد كل أشكال سيطرة الحكومة وتحكمها في وسائل الإعلام، وإتاحة الفرصة لما يسمى بعملية التقويم الذاتي للمجتمع، هذا الأخير الذي يتم من خلال الحوار وتبادل الأفكار.

فهذه النظرية تعطي أولوية الاعتبار للفرد الذي يمتلك القدرة الفعلية الكاملة على التمييز بين الصواب والخطأ، واتخاذ القرارات السليمة دون وصاية الدولة أو أجهزة السلطة، وتتيح هذه النظرية للفرد حرية كاملة والمطلقة في أن يفكر ويعمل دون قيود، طالما أن ذلك لا يتعارض مع حرية الآخرين.

يعطي هذا المفهوم الحرية الكاملة للصحافة في أن تكتب ما تريد وأن تحصل على المعلومات من أي مصدر، وأن أي فرد له الحق في أن يصدر صحيفة، وأنه لا رقابة سابقة أو لاحقة على هذه الحريات، ولا يعني هذا المفهوم إلا الاهتمام بتكوين رأي عام حقيقي يعبر بصدق عن الجماهير ويساعد في تقديمها ورقيتها، وهذا المفهوم يجدد الرأي العام ويقدسه.

نظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة: يرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة - ونلاحظ أن هذه المعايير تفتقد إليها نظرية الحرية - ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً في إطار القانون والمؤسسات القائمة، ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عليا، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة، أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

النظرية الاشتراكية أو الشيوعية السوفيتية: إن الأفكار الرئيسية لهذه النظرية التي وضع أساسها ماركس وأنجلز، ووضع قواعد تطبيقها لينين وستالين، في الاتحاد السوفيتي السابق، وما تزال تطبق في بعض البلدان مثل كوريا الشمالية والصين وكوبا وغيرها، يمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها لابد أن تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب أن تخضع وسائل الإعلام السيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة، وهم في الأساس أعضاء الحزب الشيوعي.

وتتلخص هذه النظرية التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالفكرة والأيديولوجية марكسيّة الليينية - بامتلاك الدولة الوسائل الإعلام بهدف الدفاع عن النظام، ودعماً لما تقوم به مؤسسات الدولة، حيث تتكامل وسائل الإعلام مع مؤسسات الدولة لخدمة النظام والدفاع عنه وحمايته، كما ترى هذه النظرية أن الصحافة تقع في قمة الدعاية والإثارة، فهي قناة يستطيع الحزب من خلالها التأثير في الكتل الجماهيرية وتوجيهها في عملية بناء المجتمع غير الطبعي على أساس مبادئ الاشتراكية العلمية.